

2012-2016年中国再保险市场调查与未来前景预测 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国再保险市场调查与未来前景预测研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/101676.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

再保险(reinsurance)也称分保,是保险人在原保险合同的基础上,通过签订分保合同,将其所承保的部分风险和责任向其他保险人进行保险的行为。在再保险交易中,分出业务的公司称为原保险人(Original insurer)或分出公司(Ceding company),接受业务的公司称为再保险人(Reinsurer),或分保接受人或分入公司(Ceded company)。再保险转嫁风险责任支付的保费叫做分保费或再保险费;由于分出公司在招揽业务过程中支出了一定的费用,由分入公司支付给分出公司的费用报酬称为分保佣金(Reinsurance commission)或分保手续费。如果分保接受人又将其接受的业务再分给其他保险人,这种业务活动称为转分保(Retrocession)或再再保险,双方分别称为转分保分出人和转分保接受人。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国再保险市场调查与未来前景预测研究报告》共十一章。首先介绍了再保险相关概述、中国再保险市场运行环境等,接着分析了中国再保险市场发展的现状,然后介绍了中国再保险重点区域市场运行形势。随后,报告对中国再保险重点企业经营状况分析,最后分析了中国再保险行业发展趋势与投资预测。您若想对再保险产业有个系统的了解或者想投资再保险行业,本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 中国再保险业发展概述

第一节 再保险简介

一、再保险的界定

二、再保险作用

第二节 中国再保险业的历史

一、萌芽阶段:1949年至80年代初

二、初步形成阶段:80年代初至1995年

三、发展阶段:1996年至今

第二章 世界再保险行业发展现状分析

第一节 2010-2011年世界再保险行业概况

一、世界再保险运行特点

二、世界再保险组织架构

三、世界再保险业务结构分析

第二节 2010-2011年世界再保险最近动态及发展趋势

一、瑞士再保险认为巨灾债券已度过金融危机

二、价格竞争升级

三、费率下降已成必然

四、全球再保险业前景稳定

五、国际再保险业前三季度业绩向好

第三节 2010-2011年世界主要再保险市场运行情况分析

一、伦敦再保险市场

二、欧洲大陆再保险市场

三、纽约再保险市场

四、新加坡再保险市场

第三章 世界再保险领先企业运行状况分析

第一节 慕尼黑再保险公司

一、公司经营状况

二、公司业务及国内市场情况分析

三、2010-2011年公司竞争优势与劣势分析

第二节 德国科隆再保险公司

一、公司经营状况

二、公司业务及国内市场情况分析

三、2010-2011年公司竞争优势与劣势分析

第三节 瑞士再保险公司

一、公司经营状况

二、公司业务及国内市场情况分析

三、2010-2011年公司竞争优势与劣势分析

四、公司未来国际化战略

第四节 劳合社

一、公司经营状况

二、公司业务及国内市场情况分析

三、2010-2011年公司竞争优势与劣势分析

第四章 中国再保险行业发展环境分析

第一节 国内再保险经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国再保险经济发展预测分析

第二节 中国再保险行业政策环境分析

第五章 中国再保险行业的发展形势分析

第一节 2010-2011年中国再保险业运行现状分析

一、法定分保历经十年退出舞台，商业分保迎来新机遇

二、中国再保险市场与直保市场发展不相适应

三、中再集团的实际作用与其市场地位不相适应

四、中国再保险与国际再保险差距大

第二节 2010-2011年中国再保险业存在的问题分析

一、再保险市场发展相对滞后，与直保市场发展不相适应

二、中国再保险市场发展滞后于国际再保险市场

三、市场容量不够,对海外再保险市场的依赖性较大

四、再保险市场主体数量少,竞争不够充分

五、再保险市场供给结构性不足

六、出现再保险贸易逆差

第三节 2010-2011年发展再保险市场的政策建议

第六章 中国再保险行业市场供需态势分析

第一节 2010-2011年中国再保险市场供给分析

一、市场规模：再保险市场供给主体数量少且不健全

二、供给结构

三、将积极稳妥地增加再保险市场主体

第二节 2010-2011年中国再保险市场需求状况分析

一、中国再保险市场需求出现的新特征

二、需求结构

三、再保险市场需求呈多样化

四、再保险市场潜在需求巨大但有效需求不足

五、2010年中国再保险需求可达千亿

第三节 2010-2011年完善再保险市场供需不平衡的对策

一、增加再保险的供给主体数量

二、提高中国再保险公司的再保险供给能力

三、改变经营机制，适应商业性分保的运作

四、加快培养专家型再保险人才

第七章 中国再保险业市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国再保险行业市场竞争总况

一、再保险业竞争将更激烈

二、再保险市场由垄断市场转变为垄断竞争市场

第二节 2010-2011年中国再保险市场竞争格局分析

一、国际再保险市场集中度较高

二、中国再保险市场初步形成多元化发展格局

三、中外再保险公司竞争逐步升级

第三节 2012-2016年中国再保险行业市场竞争走势分析

第八章 中国再保险重点企业分析

第一节 中国再保险(集团)公司

一、企业基本概况

二、正在崛起的国际再保险巨人

三、中国再保险受让大地财险3.87亿股获批

四、光大银行与中国再保险集团启动深层战略合作

第二节 中国人寿再保险股份有限公司

一、企业基本概况

二、中国人寿市值居全球寿险公司之首

三、中国人寿在沪布点首家养老险分公司

四、中国人寿再保险42.2亿股份将全部由股东以货币认购

第三节 中国财产再保险股份有限公司

一、企业基本概况

二、业务范围

三、2010-2011年企业核心竞争力分析

四、企业未来发展战略规划

第四节 中央再保险公司

一、企业基本概况

二、中央再保险公司管理分析

三、中央再保险公司财务实力与对手方信用评级为A

四、企业未来发展战略规划

第九章 中国保险市场运行局势分析

第一节 2010-2011年中国保险市场发展情况

一、保险业务较快发展

二、保险公司改革继续推进

三、保险资金境外投资

四、保险资金运用结构逐步优化

第二节 2010-2011年中国保险市场竞争结构

一、行业垄断格局未变，竞争逐步加剧

二、外资发展迅速，市场份额仍然偏低

第三节 2010-2011年中国保险市场地区结构

第四节 2012-2016年中国保险行业预测分析

一、保费收入年复合增长率

二、保费收入预测

三、保险业总资产预测

第十章 2012-2016年中国再保险行业发展前景预测分析

第一节 2012-2016年中国再保险业发展前景分析

一、农业再保险

二、巨灾再保险

三、汽车再保险市场前景广阔

第二节 2012-2016年中国再保险业发展目标

一、业务发展目标

二、综合竞争力目标

三、功能作用目标

四、风险防范目标

五、基础建设目标

第十一章 2012-2016年中国再保险行业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国再保险业的投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2012-2016年中国再保险业的投资机会分析

第三节 2012-2016年中国再保险业投资风险分析

一、投机资本快速进入

二、购买行为变化

三、自然气候灾害日趋严重

四、虚高保费后的金融风险

五、市场开放面临的风险

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国再保险市场调查与未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/101676.html>